


Sciences et Technologies de Gestion

Terminale mercatique *(marketing)*

Lycée St Jacques

Qu'est ce que la MERCATIQUE ?

- C'est l'ensemble des actions menées par une organisation pour connaître, prévoir et / ou influencer les besoins des consommateurs, puis d'adapter ses produits ainsi que sa politique commerciale aux besoins ainsi cernés.
- En Terminale, le programme est organisée en 6 parties complémentaires...

- 
- 1. Les bases de la mercatique**
 - 2. Analyser le marché**
 - 3. Construire l'offre**
 - 4. Communiquer l'offre**
 - 5. Distribuer l'offre**
 - 6. Contrôler l'action mercatique**

1. LES BASES DE LA MERCATIQUE

- Présenter la démarche mercatique sur la base de ses conditions historiques d'apparition
- Appréhender la mercatique dans les différentes formes d'organisation.

2. ANALYSER LE MARCHÉ

- **COMPRENDRE POURQUOI ET COMMENT IL FAUT...**
- **Définir le marché en s'appuyant sur la notion de demande des consommateurs et sur l'analyse concurrentielle**
- **Exploiter les principales méthodes de recueil et d'analyse des informations commerciales**

3. CONSTRUIRE L'OFFRE

- **COMPRENDRE POURQUOI ET COMMENT IL FAUT...**
- **Construire une offre composée de biens principaux, complémentaires, de services et de services associés**
- **Déterminer la valeur de l'offre, la modifier de façon temporaire en agissant sur le prix ou sur les produits (promotion).**
- **Assurer la cohérence de l'offre**

4. COMMUNIQUER L'OFFRE

- **COMPRENDRE POURQUOI ET COMMENT IL FAUT...**
- **Adresser une communication commerciale de masse ou à un individu (communication relationnelle)**
- **Analyser les principes de mise en œuvre et les principales méthodes**
- **Nécessairement rendre cohérent et efficace la communication commerciale**

5. DISTRIBUER L'OFFRE

- **COMPRENDRE QU'IL FAUT...**
- **Mettre en jeu des réseaux de distribution, des unités commerciales et des équipes commerciales**
- **Situer les objectifs essentiels et les enjeux de la distribution et montrer la place , le rôle et les méthodes utilisées à chaque niveau de la distribution s'assurant de la cohérence et de l'efficacité**

6. CONTROLER L'ACTION MERCATIQUE

COMPRENDRE POURQUOI ET COMMENT IL FAUT...

- **Contrôler la cohérence générale de la démarche mercatique**
- **Contrôler son efficacité source de performance de l'organisation**

COEFFICIENTS ET HORAIRES EN TERMINALE MERCATIQUE :

	Mercatique		Communication et gestion des ressources humaines		Comptabilité et finance d'entreprise		GSI
	Coeff	H.	Coeff	H.	Coeff	H.	Coeff / H
Économie-droit	6	4h	6	4h	6	4h	6 / 4h
Spécialité	7+5	8h	7+5	8h	7+5	8h	(7+5)/8h
Management des organisations	4	3h	4	3h	4	3h	4 / 3h
Mathématiques	3	3h	2	2h	3	3h	4 / 3h
Langues vivantes 1	3	3h	3	3h	3	3h	2 / 3h
Langues vivantes 2	2	2h	3	3h	2	2h	2 / 2h
Histoire-géographie	2	2h	2	2h	2	2h	2 / 2h
Philosophie	2	2h	2	2h	2	2h	2 / 2h
E.P.S.	2	2h	2	2h	2	2h	2 / 2h

Pour quelles études supérieures ?

■ BTS

- Assistant(e) de Gestion PME-PMI (Lycée St Jacques)
- Management des Unités Commerciales
- Négociation Relation Client
- Communication des entreprises
- Commerce international
- Banque
- Assurance
- Professions immobilières
- Vente et production touristiques (...)

■ DUT

- Gestion administrative et commerciale
- Information et communication
- Techniques de commercialisation

■ Classe préparatoire aux grandes écoles

■ Université

Licence
professionnelle

Master

Etc.

Les épreuves du baccalauréat

■ Épreuve écrite : coefficient 7 (140 points)

● durée : 4 heures

● 2 ou 3 parties indépendantes relatives à une ou plusieurs organisations

● Objectif :

Évaluer les connaissances et les capacités à

- Analyser une situation de gestion ou de communication
- Élaborer, interpréter et contrôler l'information
- Proposer, présenter et justifier une solution
- Mettre en œuvre les outils, les méthodes et les techniques appropriées
- Montrer l'intérêt et les limites des outils, des méthodes et des techniques employées.

● Base : cours de mercatique ET cours d'information et gestion ET cours d'information et communication

Les épreuves du baccalauréat

- **Épreuve Pratique Orale de spécialité : coefficient 5 (sur 100 points)**
 - **Durée : 45 minutes (15 + 30)**
 - **Objectif : évaluer vos capacités à mettre en œuvre les outils et démarches propres à la spécialité, à maîtriser les TIC, à communiquer et à argumenter.**
 - **Grille d'évaluation**
 - L'étude : 25 points
 - Le projet : 30 points
 - L'usage des TIC : 25 points
 - La communication orale : 20 points

Partie pratique : critères d'évaluation

■ L'étude : 25 points

- rigueur de la démarche de recherche et de validation de l'information collectée ;
- pertinence des documents retenus ;
- qualité des analyses effectuées et des conclusions présentées.
- 3 thèmes nationaux en 2011 :
 - La prise en compte du comportement du consommateur
 - La veille commerciale
 - La segmentation



Partie pratique : critères d'évaluation

■ Le projet : 30 points

- énonciation du problème ou du besoin (contexte, objectifs, contraintes) ;
- rigueur de la démarche de préparation et de réalisation du projet ;
- maîtrise des techniques et des méthodes utilisées ;
- pertinence des propositions et des résultats présentés.

Partie pratique : critères d'évaluation

- **L'usage des technologies de l'information et de la communication : 25 points**
 - pertinence des technologies mobilisées ;
 - prise en compte des contraintes liées à l'environnement technologique ;
 - usage approprié des fonctionnalités sollicitées ;
 - contrôle de la qualité des résultats présentés.

Partie pratique : critères d'évaluation

■ La communication orale : 20 points

- structuration de l'exposé ;
- qualité de l'argumentation ;
- qualité de l'expression.

Organisation matérielle

- L'élève travaille en groupe réduit, dans une salle équipée d'ordinateurs mis en réseaux.
- L'élève dispose sur le réseau du Lycée d'un dossier personnel pour sauvegarder ses travaux et accessible de n'importe quelle salle de l'Établissement.
- Matériel nécessaire disponible : clé USB, magazines spécialisés en Marketing : LSA, Marketing Direct, Marketing Magazine, Points de Vente, Linéaires, etc...